

## **INFORME FINAL DE ESPECIAL SEGUIMIENTO**

### **DATOS DEL TÍTULO**

**Número de Expediente (RUCT):** 2502116

**Denominación Título:** Grado en Marketing

**Universidad responsable:** Universidad Francisco de Vitoria

**Centro en el que se imparte:** Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

**Nº de créditos:** 240

**Idioma:** Español / Inglés

**Modalidad:** Presencial

**Informe de Renovación de la Acreditación con fecha de:** 05/12/2016

### **MIEMBROS DEL COMITÉ DE EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO**

**Presidente del Pleno:** D. Federico Morán Abad

**Presidenta Panel Artes y Humanidades:** Dña. Carmen García Galán (UNEX)

**Presidente Panel Ciencias:** D. José Abel Flores Villarejo (USAL)

**Presidenta Panel Ciencias de la Salud:** Dña. Matilde Sierra Vega (UNILEON)

**Presidenta Panel Ciencias Sociales y Jurídicas:** Dña. Susana Rodríguez Escanciano (UNILEON)

**Presidente Panel Ingeniería y Arquitectura:** D. Emilio Camacho Poyato (UCO)

**Vocal estudiante:** Dña. Emma Casalod Campos (UNIZAR)

**Secretaria:** Dña. Marta Fernández Vázquez

La Fundación para el Conocimiento Madrimasd, órgano de evaluación en el ámbito universitario de la Comunidad de Madrid, ha procedido a evaluar el **especial seguimiento** del título oficial arriba citado en el marco establecido por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la Ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales así como por los estándares y directrices para el aseguramiento de la calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior.

El Comité de Evaluación de Seguimiento de la Fundación para el Conocimiento Madrimasd es el órgano responsable de emitir los informes finales de seguimiento. Trascurrido el plazo de veinte días para la presentación de alegaciones al Informe provisional y considerando toda la información disponible en el expediente de evaluación del título, se emite el presente **Informe Final**:

**Directriz 2:** El plan de mejora indicado en los informes de renovación de la acreditación para los títulos favorables con especial seguimiento ha sido eficaz y se presentan evidencias e indicadores de los resultados obtenidos y grado de consecución del objetivo.

El Informe final de renovación de la acreditación del Grado en Marketing de la Universidad Francisco de Vitoria, emitido el 5 de diciembre de 2016, incluía el necesario seguimiento de las siguientes **modificaciones**:

### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

1. *Es necesario asegurarse que las prácticas de los alumnos de Marketing se realicen en actividades vinculadas con tener en cuenta que la realización de las prácticas distintas entre ADE y Marketing es uno de los aspectos incluidos en la verificada como elemento diferenciador entre ambas titulaciones.*

La Universidad mostró en su plan de acción la intención de revisar el PCEO de ambas titulaciones y así lo ha hecho, incorporando en cuarto curso dos periodos de prácticas diferentes, de 12 ECTS, para cada uno de los programas. Se han incorporado evidencias de su realización como el nuevo plan de reconocimiento de créditos, que no incluye las prácticas, y las notificaciones a alumnos y profesores implicados al respecto. Además, tanto en la web del PCEO como en el folleto figuran los dos periodos de prácticas. Se debe observar que, en numerosos casos, el alumno realiza las prácticas en la misma empresa; aunque se anote que está en dos periodos distintos, incluso en fechas, resulta llamativo que la denominación de la práctica sea igual en algunos expedientes.

#### VALORACIÓN:

Una vez examinado el documento de alegaciones remitido por la universidad en respuesta al Informe Provisional de Especial Seguimiento, se considera que las acciones emprendidas para subsanar las deficiencias que fueron objeto de especial seguimiento han sido satisfactorias. Queda resuelta la deficiencia detectada en las prácticas del PCEO teniendo en cuenta que para cada una de las titulaciones del PCEO se presenta un informe de prácticas específico. Sigue llamando la atención, no obstante, que un mismo estudiante realice ambas prácticas en la misma empresa con denominaciones similares en los respectivos informes.

### CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. *Es necesario asegurarse que los alumnos adquieran las competencias establecidas para las prácticas específicas de Marketing, que no siempre se consiguen con las realizadas en ADE.*

La Universidad ha creado dos rúbricas de evaluación para que el tutor de empresa valore las competencias de una y otra titulación. Se presentan ambos modelos y el cambio de normativa y guía al respecto, pero no se aportan informes reales de alumnos para supervisar la correcta y diferenciada evaluación.

#### VALORACIÓN:

Si bien se constata que se han puesto en marcha mecanismos para la mejora de la modificación relativa al Criterio 6, no se aportan evidencias sobre efectividad.

## PROGRAMA DE SEGUIMIENTO DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO Y MÁSTER

En Madrid, a 20 de febrero de 2019



Federico Morán Abad  
Director Fundación Madrimasd